

## 1. Xuất nhập khẩu VN trong những năm gần đây

Sau hơn 20 năm tiến hành đổi mới cơ chế quản lý nền kinh tế để hội nhập nhanh với khu vực và thế giới, hoạt động ngoại thương của VN phát triển mạnh mẽ đặc biệt là ở 2 năm sau khi gia nhập WTO, nhưng cũng bộc lộ rõ nét những hạn chế, khó khăn. Việc nghiên cứu nghiêm túc những thành công và những hạn chế trong hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu giúp đề xuất những giải pháp phát triển ngoại thương trong những năm tới trong bối cảnh kinh tế thế giới đang lâm vào tình trạng suy thoái, khủng hoảng kinh tế.

### a. Những thành tựu trong hoạt động ngoại thương:

- VN nằm trong nhóm các nước có tốc độ tăng trưởng thương mại quốc tế cao nhất thế giới.
- Ngoại thương phát triển bề rộng đưa nền kinh tế VN hội nhập nhanh với nền kinh tế thế giới.
- Tốc độ xuất khẩu tăng nhanh hơn 2 lần so với tốc độ tăng GDP; tổng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu cao gấp 1,6 lần so với tổng trị giá GDP (năm 2007-2008).
- VN xuất khẩu hàng ngàn mặt hàng ra thị trường thế giới, trong đó 11 nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD (dầu thô; dệt may; giày dép; thủy sản; sản phẩm gỗ; hàng điện tử - máy tính; cà phê; gạo; cao su; than đá; điều nhân) [3; 18]
- Nếu trước năm 1995 (Năm Mỹ bỏ lệnh cấm vận với VN) hoạt động ngoại thương VN chủ yếu thực hiện với các nước xã hội chủ nghĩa và với các nước trong khu vực thì đến nay năm 2008 VN có quan hệ thương mại với 230 nước trên thế giới, trong đó hàng hóa của ta xuất sang 219 nước và nhập khẩu từ 151 nước [5; 555]
- Tốc độ phát triển nhanh đưa nền ngoại thương VN xếp thứ hạng cao của thế giới: xuất khẩu

# Phát triển ngoại thương của Việt Nam trong năm 2009 và những năm tiếp theo

GS.TS. VÕ THANH THU  
& TS. NGÔ THỊ NGỌC HUYỀN

đứng thứ 50; nhập khẩu đứng thứ 41 (trong tổng số trên 260 nước và vùng lãnh thổ) [1]. VN đứng đầu thế giới về xuất khẩu hồ tiêu; đứng thứ 2 trên thế giới về xuất khẩu các mặt hàng: gạo, hạt điều, cà phê; đứng trong 10 nước xuất khẩu nhiều hàng dệt may, giày dép, thủy sản, sản phẩm gỗ...

• Trong tiến trình hội nhập hình thành đội ngũ thương gia đông đảo tham gia vào hoạt động xuất nhập khẩu: Nếu giai đoạn đầu của quá trình hội nhập chỉ một vài trăm doanh nghiệp nhà nước độc quyền kinh doanh xuất nhập khẩu, thì nay hàng vạn doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động ngoại thương, điều hành hoạt động này là hàng vạn thương gia có trình độ ngoại ngữ, kinh nghiệm kinh doanh quốc tế... Đây

Bảng 1: Tốc độ tăng trưởng thương mại quốc tế của thế giới và VN giai đoạn 2000-2008

DVT: %/năm

| KHU VỰC       | XUẤT KHẨU |      |      |             | NHẬP KHẨU |      |      |             |
|---------------|-----------|------|------|-------------|-----------|------|------|-------------|
|               | 2000-2005 | 2006 | 2007 | Dự báo 2008 | 2000-2005 | 2006 | 2007 | Dự báo 2008 |
| 1. Thế giới   | 5,5       | 8,5  | 6,0  | 5,5         | 5,5       | 58,0 | 5,5  | 5,3         |
| 2. Mỹ         | 8,5       | 10,5 | 7,0  | 6,0         | 4,0       | 5,5  | 6,5  | 6,0         |
| 3. EU-27      | 4,0       | 7,5  | 3,5  | 3,2         | 8,5       | 7,0  | 8,0  | 6,5         |
| 4. ASEAN-6    | 8,5       | 12,0 | 8,5  | 8,2         | 5,5       | 7,5  | 5,0  | 5,0         |
| 5. Trung Quốc | 22,5      | 22,0 | 19,5 | 19,0        | 18,0      | 16,5 | 18,5 | 18,5        |
| 6. Châu Á     | 10,5      | 13,5 | 11,5 | 11,0        | 8,5       | 8,5  | 8,0  | 8,0         |
| 7. VN         | 19,95     | 22,7 | 21,9 | 30,0        | 21,2      | 22,1 | 39,6 | 36,0        |

Nguồn: www.wto.org, niên giám TK VN

là nhân tố quan trọng đưa nền ngoại thương của VN phát triển như hôm nay.

- Hình thức hoạt động ngoại thương ngày càng đa dạng phong phú: không chỉ là gia công xuất khẩu, xuất khẩu tự doanh truyền thống, mà nhiều doanh nghiệp thực hiện chuyển khẩu; tạm nhập tái xuất khẩu; đại lý xuất khẩu; xuất khẩu tại chỗ; lập siêu thị ở nước ngoài để đưa hàng VN sang bán, phát triển xuất khẩu mậu biên (xuất khẩu qua biên giới); xuất khẩu qua mạng Internet...

Tóm lại, hoạt động ngoại thương VN đã và đang phát triển góp phần to lớn đưa nền kinh tế VN hội nhập nhanh với nền kinh tế thế giới.

## **b. Nhận dạng những tồn tại cơ bản của nền ngoại thương VN:**

- Quy mô của hoạt động ngoại thương VN vẫn còn nhỏ vị trí và sự ảnh hưởng vẫn còn thấp trên thế giới:

- Xuất khẩu của VN chiếm 0,3% kim ngạch xuất khẩu; nhập khẩu chiếm 0,37% kim ngạch của thế giới.

- So với nhiều nước ASEAN có lợi thế so sánh tương tự hoặc kém VN nhưng quy mô và thứ hạng xuất nhập khẩu của họ cao hơn VN nhiều (xem Bảng 2).

**Bảng 2 : Tình hình xuất nhập khẩu của các nước ASEAN- 6 năm 2007**

DVT : tỷ USD

| NƯỚC           | XUẤT KHẨU           |                        | NHẬP KHẨU           |                        | Cán cân thanh toán quốc tế |
|----------------|---------------------|------------------------|---------------------|------------------------|----------------------------|
|                | Kim ngạch xuất khẩu | Thứ hạng trên thế giới | Kim ngạch nhập khẩu | Thứ hạng trên thế giới |                            |
| 1. Indonesia   | 118                 | 32                     | 92                  | 32                     | + 26                       |
| 2. Malaysia    | 161                 | 19                     | 147                 | 25                     | + 14                       |
| 3. Philippines | 50                  | 48                     | 58                  | 45                     | - 8                        |
| 4. Singapore   | 299                 | 14                     | 263                 | 15                     | + 36                       |
| 5. Thái Lan    | 153                 | 25                     | 141                 | 26                     | + 12                       |
| 6. VN          | 48,4                | 50                     | 60,8                | 41                     | - 11,9                     |

Nguồn: [1]

- Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của VN chủ yếu vẫn dựa vào xuất khẩu tài nguyên; xuất khẩu các mặt hàng thâm dụng lao động cao và rất chậm thay đổi. Các mặt hàng này chiếm gần 90% kim ngạch xuất khẩu của VN.

- Thị trường xuất nhập khẩu của VN quá tập trung: Mặc dù hàng xuất khẩu của nước ta đi 219 nước và khu vực, nhưng trên 82% trị giá hàng xuất

khẩu của VN thực hiện với 6 nước và khu vực sau: Mỹ, EU (27), ASEAN, Nhật, Trung Quốc, Úc. Tính phụ thuộc cao về thị trường này khiến cho khi các thị trường này gặp khó khăn, trở ngại thì tác động rất mạnh vào hoạt động xuất khẩu của chúng ta. Ngoài ra, trên thị trường chủ lực: Mỹ, EU, Nhật, Úc ... ta xuất siêu rất lớn, đây là biểu hiện của việc "xuất khẩu ở một nơi, nhập khẩu từ một nẻo", việc này vô hình chung hoạt động xuất khẩu của ta mất đi công cụ "trả đũa" (giảm mua hàng từ nước nhập khẩu nếu làm cho hàng xuất khẩu của VN bị tổn thương khi áp dụng thuế chống bán phá giá, biện pháp đối kháng... đối với hàng xuất khẩu của VN).

- Sản xuất hàng xuất khẩu của VN phụ thuộc vào nguyên liệu, vật tư nhập khẩu: gần 90% nguyên liệu nhập khẩu trong ngành sản xuất giày dép; 90% trong sản xuất đồ nhựa; gần 80% ở ngành sản xuất hàng điện - điện tử; 60% trong sản xuất hàng dệt may; 70% trong ngành sản xuất đồ gỗ; trên 60% phân bón, thuốc trừ sâu phục vụ sản xuất nông sản là nhập khẩu, là nước nông nghiệp nhưng hàng năm ta phải nhập trên 1 tỷ USD thức ăn gia súc... Nhập khẩu nhiều do ngành công nghiệp phụ trợ của chúng ta phát triển yếu, điều này làm tăng tính bị động của ngành sản xuất hàng xuất khẩu; chi phí tăng làm giảm khả năng cạnh tranh hàng xuất khẩu.

- Trong ngành công nghiệp chế biến hàng xuất khẩu chủ lực: dệt may (8 tỷ USD); giày dép (trên 4 tỷ USD); điện tử - máy tính (trên 2,1 tỷ USD)... tỷ trọng phương thức gia công xuất khẩu còn cao trên 60% dẫn tới trị giá gia tăng thấp; tính lệ thuộc cao nhiều doanh nghiệp xuất khẩu trong các ngành trên có kim ngạch xuất khẩu hàng năm 100 – 200 triệu USD/doanh nghiệp, nhưng không có sản phẩm riêng, thương hiệu riêng, khả năng tích lũy và hiệu quả kinh doanh xuất khẩu thấp. Hạn chế này cũng giúp giải thích tại sao VN xuất khẩu nhiều nhưng không có sản phẩm có tầm ảnh hưởng khu vực và quốc tế.

- Xuất khẩu dịch vụ còn thấp chưa tương xứng với tiềm năng của đất nước, và cũng ở tình trạng nhập siêu trong hoạt động thương mại quốc tế về dịch vụ (xem Bảng 3).

**Bảng 3 : Tình hình xuất nhập khẩu dịch vụ của một số nước năm 2007**

ĐVT : tỷ USD

| NƯỚC          | XUẤT KHẨU |                        | NHẬP KHẨU |                        |
|---------------|-----------|------------------------|-----------|------------------------|
|               | Kim ngạch | Thứ hạng trên thế giới | Kim ngạch | Thứ hạng trên thế giới |
| 1. Thái Lan   | 28,8      | 27                     | 38,0      | 16                     |
| 2. Malaysia   | 28,2      | 30                     | 27,8      | 18                     |
| 3. Singapore  | 67,3      | 14                     | 70,1      | 14                     |
| 4. VN         | 6,03      | Không rõ               | 6,397     | Không rõ               |
| 5. Hồng Kông  | 82,7      | 12                     | 41,0      | 11                     |
| 6. Trung Quốc | 121,7     | 7                      | 129,3     | 5                      |

Nguồn: [1]

• Trừ ngành dịch vụ du lịch quốc tế có kim ngạch trên 2 tỷ còn lại kim ngạch xuất khẩu; nhập khẩu mỗi loại hình dịch vụ chỉ vài trăm triệu USD. Ta có thể hình dung tình hình xuất khẩu; nhập khẩu dịch vụ của VN qua Bảng 4 sau đây.

**Bảng 4 : Tình hình xuất nhập khẩu dịch vụ của VN thời kỳ 2005-2007**

ĐVT : triệu USD, %

| Loại hình dịch vụ               | Xuất khẩu    |            |              |            |              |            | Nhập khẩu    |            |              |            |              |            |
|---------------------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
|                                 | 2005         |            | 2006         |            | 2007         |            | 2005         |            | 2006         |            | 2007         |            |
|                                 | KN           | %          | KN           | %          | KN           | %          | KN           | %          | KN           | %          | KN           | %          |
| 1. Du lịch                      | 2.300        | 53,93      | 2.850        | 55,88      | 3.330        | 55,22      | 900          | 20,09      | 1.050        | 18,13      | 1.220        | 18,06      |
| 2. Vận tải hàng không           | 657          | 15,40      | 890          | 17,45      | 1.071        | 17,76      | 630          | 14,06      | 700          | 12,09      | 820          | 12,14      |
| 3. Hàng hải                     | 510          | 11,96      | 650          | 12,75      | 810          | 13,43      | 170          | 3,79       | 210          | 3,63       | 250          | 3,70       |
| 4. Bưu chính, viễn thông        | 100          | 2,34       | 120          | 2,35       | 100          | 1,66       | 31           | 0,69       | 30           | 0,52       | 45           | 0,67       |
| 5. Tài chính                    | 220          | 5,16       | 270          | 5,29       | 332          | 5,51       | 230          | 5,13       | 270          | 4,66       | 300          | 4,44       |
| 6. Bảo hiểm                     | 45           | 1,06       | 50           | 0,98       | 65           | 1,08       | 130          | 2,90       | 160          | 2,76       | 210          | 3,11       |
| 7. Chính phủ                    | 33           | 0,77       | 40           | 0,78       | 45           | 0,75       | 30           | 0,67       | 40           | 0,69       | 40           | 0,59       |
| 8. Khác                         | 400          | 9,38       | 230          | 4,51       | 277          | 4,59       | 850          | 18,97      | 850          | 16,68      | 1.030        | 15,24      |
| 9. Cước phí I, F hàng nhập khẩu |              |            |              |            |              |            | 1.509        | 33,68      | 2.482        | 42,85      | 2.842        | 42,06      |
| <b>TỔNG CỘNG</b>                | <b>4.265</b> | <b>100</b> | <b>5.100</b> | <b>100</b> | <b>6.030</b> | <b>100</b> | <b>4.480</b> | <b>100</b> | <b>5.792</b> | <b>100</b> | <b>6.757</b> | <b>100</b> |

Nguồn: [3,82]

• VN đang trong tình trạng nhập siêu lớn nhất trong khu vực Đông Nam Á (xem Bảng 2) và mức độ nhập siêu đang gia tăng qua các năm: năm 2005 nhập siêu 8,1 tỷ USD; năm 2006 nhập siêu 8,3 tỷ USD; năm 2007 nhập siêu 12 tỷ USD; năm 2008 dự báo nhập siêu khoảng 18 tỷ USD. Nhập siêu lớn tác động xấu đến cán cân thương mại và cán cân thanh toán quốc tế.

• Một tồn tại nữa của nền ngoại thương VN: Chưa có tập đoàn thương mại xuất nhập khẩu lớn mang tính chuyên nghiệp có chi nhánh hoặc văn phòng đại diện ở các thị trường lớn như kiểu

ITOCHU; NISHO AWAI (của Nhật); KOLON (của Hàn Quốc) để hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ của VN tiếp cận có hiệu quả với thị trường thế giới.

• Cạnh tranh trong mua và bán hàng hóa trên thị trường quốc tế giữa các doanh nghiệp VN cũng là tồn tại tác động xấu đến hiệu quả kinh doanh ngoại thương.

Để duy trì tốc độ tăng trưởng cao các hoạt động xuất khẩu, giảm nhập siêu thì rất cần thiết kịp thời đề xuất các giải pháp phát huy những thành công và khắc phục những hạn chế, tồn tại của ngành ngoại thương VN.

## 2. Nhận dạng những cơ hội và thách thức đối với hoạt động ngoại thương VN trong năm 2009

### a. Cơ hội:

• Kinh tế thế giới đang trong thời kỳ suy thoái, nhiều sản phẩm giá rẻ của VN có cơ hội tiêu thụ tốt: hàng dệt may, giày dép, thủy sản...

• Hội nghị APEC vào tháng 11 năm 2008, 20 nước thành viên của tổ chức này cam kết không xây dựng thêm các rào cản thương mại để nhằm kích thích sự phát triển xuất nhập khẩu giữa các nước thành viên góp phần hồi phục kinh tế đây là cơ hội giúp các doanh nghiệp xuất khẩu VN đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường: Mỹ, Nhật, Nga, Trung Quốc, Úc...

• Sản phẩm xuất khẩu của Trung Quốc như: thực phẩm, đồ chơi trẻ em... bị tẩy chay hoặc tạm ngừng nhập khẩu vì chất lượng vệ sinh an toàn sản phẩm có vấn đề ở nhiều thị trường trên thế giới

cũng tạo ra cơ hội thuận lợi cho sản phẩm xuất khẩu VN (nếu được sản xuất có chất lượng tốt).

- Từ năm 2009 Mỹ bỏ cơ chế giám sát hàng dệt may nhập khẩu từ VN – đây là cơ hội tốt cho hoạt động xuất khẩu dệt may của VN tăng tốc phát triển.

- Vòng đàm phán DOHA của WTO có nhiều triển vọng thuận lợi để kết thúc đàm phán trong năm 2009, điều này sẽ mở ra cơ hội tốt hơn cho xuất khẩu nông sản.

- Dưới sức ép của hội nhập, theo cam kết của VN ở các hiệp định đa phương và song phương chúng ta tiếp tục tiến hành cải cách kinh tế, xây dựng môi trường; kinh doanh mang tính bình đẳng, minh bạch, thủ tục hành chính đơn giản tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động. Đây vừa là cơ hội vừa là nhân tố thúc đẩy hoạt động ngoại thương phát triển.

- Giá hàng hóa trên thế giới đó có giá nguyên liệu, xăng dầu... đang có xu thế giảm mạnh. Một nền xuất khẩu phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu như VN đây là cơ hội tốt để giảm chi phí đầu vào, nhờ đó giảm chi phí sản xuất hàng xuất khẩu góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh về giá xuất khẩu.

- Cước phí vận tải, giao nhận quốc tế đang giảm mạnh: Chỉ trong 3 tháng từ tháng 8 đến tháng 11 năm 2008 giá cước vận tải biển giảm từ 30 – 70%; loại tàu chở hàng khô cước phí giảm đến 90%. Tháng 4 năm 2008 giá cước container đi tuyến châu Âu là 1.500 USD/container 20'; đến tháng 11 năm 2008 giá này chỉ còn 500 USD; có chủ tàu chấp nhận giá 300 – 400 USD/container. Cước phí vận tải hạ tạo điều kiện tốt hơn cho hoạt động xuất nhập khẩu, chi phí kinh doanh sẽ thấp hơn.

- Hoạt động đầu tư nước ngoài phát triển tốt trên khía cạnh tăng quy mô ở nhiều dự án có hoạt động xuất khẩu, lần nhiều dự án mới đi vào hoạt động có sản phẩm xuất khẩu... đây cũng là nhân tố quan trọng tạo cơ hội cho hoạt động xuất khẩu của VN ít bị giảm sút tốc độ tăng trưởng trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đang bị suy thoái.

**b. Những thách thức đối với hoạt động xuất nhập khẩu của VN trong năm 2009 và những năm sau đó:**

- Suy thoái ở những nước có nền kinh tế lớn là thị trường xuất khẩu chủ lực của VN như Mỹ, EU, Nhật, Úc... rất phức tạp: Khả năng mua hàng, nhu cầu có khả năng thanh toán giảm - đây là trở ngại lớn cho hoạt động xuất khẩu của VN.

- Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của VN giá xuất khẩu giảm mạnh trên thị trường thế giới: Giá dầu thô đầu tháng 12 năm 2008 giảm hơn một nửa so với tháng 6, 7/2008, và sẽ tiếp tục giảm; giá nhiều loại nông sản xuất khẩu như: gạo; cà phê; cao su; điều nhân... giảm từ 15 – 50% tùy từng loại. Và cuộc cạnh tranh giữa các nước giảm giá bán để giành khách hàng trong thời buổi kinh tế khó khăn sẽ làm cho giá hàng hóa xuất khẩu tiếp tục giảm tác động xấu đến tốc độ xuất khẩu.

- Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của VN tiếp tục bị áp thuế chống bán phá giá ở những thị trường lớn như: tôm sú; cá ba sa trên thị trường Mỹ; giày mũ da trên thị trường EU.

- EU từ năm 2009 không cho mặt hàng giày dép của VN được hưởng chế độ thuế quan ưu đãi phổ cập (GSP); giày dép vào EU sẽ bị tăng thuế nhập khẩu, khả năng cạnh tranh sẽ giảm (kim ngạch xuất khẩu ngành hàng giày trên 4 tỷ USD; trên 50% thực hiện tại thị trường EU).

- Tỷ giá hối đoái biến động trên thị trường quốc tế theo hướng bất lợi cho hoạt động xuất khẩu: Đồng tiền của nhiều nước giảm giá so với USD từ 10 đến 30% (đồng EU, bảng Anh, đôla Úc, đôla New Zealand, đôla Canada... ) trong khi đó đồng tiền VN cao giá vì với đa số các thị trường xuất khẩu các doanh nghiệp thường chọn USD làm đồng tiền thanh toán.

- Rào cản thương mại quốc tế được các nước nhập khẩu dựng lên ngày càng tinh vi và phức tạp: rào cản kỹ thuật; rào cản chống khủng bố sinh học; chống bán phá giá; các biện pháp đối kháng... gây trở ngại cho hàng xuất khẩu VN.

- Theo lộ trình cam kết khi gia nhập WTO, VN sẽ giảm và tiến tới chấm dứt trợ cấp trực tiếp cho hoạt động xuất khẩu đây cũng là thách thức đối với các doanh nghiệp xuất khẩu VN.

Tóm lại, cơ hội và thách thức đan xen nhau, tác động mạnh mẽ đến nền ngoại thương VN trong thời gian tới.

### 3. Những định hướng về giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu và nâng cao hiệu quả hoạt động ngoại thương trong giai đoạn tới

**a Những giải pháp ngắn hạn thực hiện ngay trong năm 2009:**

Về phía Chính phủ:

- Xây dựng và thông qua phương án áp dụng mạnh các rào cản kỹ thuật trong hoạt động thương

mại quốc tế: tiêu chuẩn chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm; về môi trường; về nguồn gốc xuất hàng, biện pháp khẩn cấp... để vừa kiểm soát hàng nhập khẩu bảo vệ người tiêu dùng và vừa tham gia bảo hộ ở mức cho phép thị trường nội địa để giảm nhập siêu.

- Nâng cao năng lực dự báo tình hình biến động kinh tế - tài chính ở tầm quốc gia để hỗ trợ chính phủ đưa ra các chính sách đúng có ảnh hưởng tốt đến tình hình xuất khẩu.

- Xây dựng và triển khai nhanh phương án hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu về nguồn vốn, về tìm đầu ra cho sản phẩm xuất khẩu chủ lực như gạo, cà phê...(Nhiều nước công nghiệp phát triển cũng đang có những quyết sách lớn để vực nền kinh tế và đẩy mạnh xuất khẩu)

- Tăng cường hoạt động đối ngoại để mở thị trường thuận lợi: Có phương án để các cơ quan ngoại giao của VN ở nước ngoài tham gia phát triển thị trường và trở thành cầu nối với các doanh nghiệp trong nước.

- Nâng cao hiệu quả và tính minh bạch, công khai, công bằng của hoạt động xúc tiến thương mại sử dụng ngân sách Nhà nước.

- Về phía các Hiệp hội ngành hàng xuất khẩu:
- Nâng cao năng lực hoạt động để có khả năng tập hợp các doanh nghiệp xuất khẩu.

- Điều tiết điều phối doanh nghiệp trong ngành hàng để chia sẻ các hợp đồng xuất khẩu lớn; tránh cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp xuất khẩu trên trường quốc tế.

- Hỗ trợ doanh nghiệp xúc tiến thương mại, chuyển giao công nghệ.

- Tham gia tích cực trong đề đạt với chính phủ về xây dựng chính sách có liên quan đến ngành hàng xuất khẩu của mình.

- Là nơi tổ chức bảo vệ quyền lợi hợp pháp của

các doanh nghiệp trên thị trường trong và ngoài nước (tổ chức kháng kiện hoặc đi kiện...)

*Về phía doanh nghiệp:*

- Xây dựng các chiến lược đa dạng hóa thị trường và sản phẩm: chú ý thị trường Nga. Các nước Liên Xô cũ, các nước Ả Rập, châu Phi... Những nước này đều cần nhiều sản phẩm công nghiệp và nông sản phẩm của ta, và trong năm 2008 Chính phủ ta đã có những chuyến thăm và ký kết được nhiều văn kiện tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu.

- Mỗi thị trường có qui định tiêu chuẩn về chất lượng khác nhau, nên doanh nghiệp phải tìm hiểu kỹ và xây dựng chiến lược đáp ứng trên nguyên tắc "Chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm" là yếu tố hàng đầu để thâm nhập thị trường thành công.

- Tăng cường gắn kết giữa nhà thương mại với nhà sản xuất hàng xuất khẩu để tạo ra những sản phẩm đáp ứng yêu cầu của thị trường nhờ đó mà ổn định đầu ra của sản phẩm.

- Xây dựng và củng cố các tiêu chuẩn quản trị chất lượng như ISO; HACCP; ISO - 14000; GMP...

- Tăng cường công tác tiếp thị, tham gia có hiệu quả vào chương trình xúc tiến thương mại có sự hỗ trợ của Nhà nước và Hiệp hội.

- Giám sát để tìm cách giảm chi phí kinh doanh, từ đó giảm giá xuất khẩu nâng cao khả năng cạnh tranh trong bối cảnh kinh tế các nước gặp khó khăn như hiện nay.

### ***b Những giải pháp dài hạn:***

*Kiến nghị với Nhà nước:*

- Hỗ trợ xây dựng kho bảo quản chuyên dụng, trung tâm giao dịch thương mại quốc tế ở vùng nông sản trọng điểm (thay vì tài trợ trực tiếp qua thuế, qua thương xuất khẩu như hiện nay bị WTO cấm) có như vậy mới duy trì được chất lượng nông sản, giúp Nhà nước điều tiết được cung cầu; giúp doanh



ngành thực hiện đầu cơ, tích trữ để bán được giá cao khi thị trường lên giá.

- Chủ động hoàn chỉnh hệ thống tổ chức để tăng cường hệ thống kiểm soát chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm xuất khẩu, trong hệ thống kiểm soát chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm xuất khẩu, trong hệ thống này chủ động mới các cơ quan kiểm soát chất lượng sản phẩm như: Cục dược và thực phẩm của Mỹ - FDA; hay của Nhật, EU... để chủ động bảo vệ uy tín hàng xuất khẩu nông thủy sản xuất khẩu của VN trên trường quốc tế.

- Từng bước hỗ trợ VCCI (Phòng Thương mại và Công nghiệp VN) mở chi nhánh ở nước ngoài, hoạt động xúc tiến thương mại đầu tư có hiệu quả như AMCHARM (Phòng Thương mại Mỹ); EURO CHARM (EU); KOTRA (Hàn Quốc); Hội đồng Anh.

- Hoàn thiện cơ chế quản lý đầu tư ra nước ngoài; xây dựng chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp VN đầu tư ra nước ngoài vì đây là hình thức thâm nhập sâu và rộng vào thị trường thế giới.

- Đầu tư để xây dựng thương hiệu quốc gia về sản phẩm.

- Hỗ trợ đầu tư phát triển các ngành sản xuất nguyên liệu phục vụ cho sản xuất, việc này chẳng những giảm nhập siêu mà còn giảm chi phí sản xuất và kinh doanh xuất khẩu.

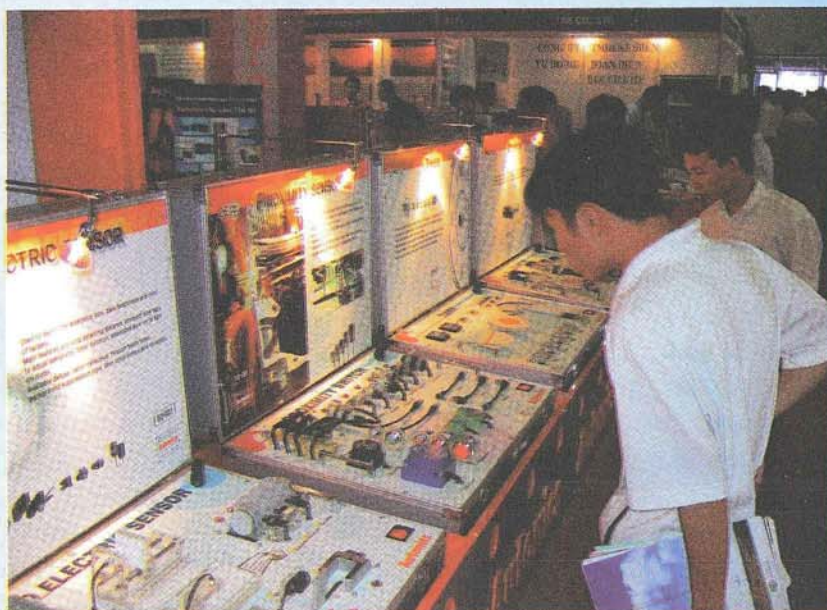
*Kiến nghị với doanh nghiệp:*

- Xây dựng chiến lược chuyển dần từ phương thức gia công xuất khẩu là chủ yếu sang phương thức tự doanh.

- Đa dạng hóa phương thức kinh doanh xuất khẩu chú ý các phương thức: chuyển khẩu, tạm nhập tái xuất khẩu; tổ chức phân phối trực tiếp hàng hóa tại nước nhập khẩu; thâm nhập trực tiếp vào nước nhập khẩu thông qua hoạt động đầu tư ra nước ngoài (đối với các tập đoàn kinh tế lớn).

- Các doanh nghiệp lớn nên mở văn phòng đại diện của công ty ở các thị trường trọng điểm để giao dịch, tìm kiếm khách hàng, giám sát thực tế hoạt động mua bán nhằm giảm thiểu rủi ro cho doanh nghiệp khi xuất khẩu; nhập khẩu.

- Xây dựng chiến lược nâng cao nội lực của



doanh nghiệp: đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp; đào tạo và duy trì đội ngũ lãnh đạo, chuyên viên, công nhân giỏi. Phải coi "Nguồn nhân lực tốt" là nhân tố quan trọng nhất duy trì sự phát triển và thành công của doanh nghiệp trên trường quốc tế.

- Xây dựng thương hiệu cho công ty và cho các sản phẩm chủ lực của doanh nghiệp.

**Kết luận:** Kinh tế toàn cầu đang bước vào giai đoạn suy thoái, hoạt động xuất khẩu trong năm 2009 sẽ gặp trở ngại. Tuy nhiên, nếu các cấp quản lý kinh tế biết biến "Nguy" thành "Cơ hội" với những giải pháp đề cập ở trên thì nền ngoại thương VN sẽ vẫn phát triển tốt, vẫn nằm trong danh sách các nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu, nhập khẩu cao của khu vực và thế giới ■

**Tài liệu tham khảo:**

1. www.wto.org
2. Niên giám thống kê VN 2006 – 2007
3. Kinh tế VN và thế giới 2000 – 2007, tập san của Thời báo Kinh tế VN
4. VN hội nhập kinh tế trong xu hướng toàn cầu hóa – vấn đề và giải pháp. Vụ hợp tác kinh tế đa phương - Bộ Ngoại giao, Nhà XB Chính trị quốc gia năm 2002
5. GS.TS. Võ Thanh Thu "Quan hệ kinh tế quốc tế", NXB Thống kê, 2008
6. Eurostar 2004, 2005, 2006
7. STAR - VN (USAIDS), CIEM và PIA (Bộ Kế hoạch và Đầu tư năm 2007 "Đánh giá tác động 5 năm triển khai Hiệp định thương mại Việt - Mỹ", NXB Chính trị quốc gia 2007
8. http://www.usitc.gov